

美年大健康产业控股股份有限公司

2025 年度董事会工作报告

2025 年，美年大健康产业控股股份有限公司（以下简称“公司”、“美年健康”）全体董事严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及《公司章程》《董事会议事规则》等相关规定，本着对公司和全体股东高度负责的态度，恪尽职守、勤勉尽责，积极履行股东会赋予的各项职责。公司董事会充分发挥决策与战略管理职能，持续完善公司法人治理结构，充分发挥各专门委员会及独立董事作用，不断提升治理水平与决策科学性，确保董事会规范、高效、审慎运作，切实维护公司及全体股东的合法权益。截至目前，公司第九届董事会共有 9 名董事，其中：1 名职工代表董事、2 名女性董事、3 名独立董事。现将 2025 年度董事会的重点工作报告如下：

一、报告期内公司经营情况

报告期内，公司实现营业收入 103.60 亿元，归属于上市公司股东的净利润 2.85 亿元；主营收入中结合 AI 技术手段取得的收入为 37,054.82 万元，较上年同期增长 71.89%，主要包括心肺联筛、AI-MDT 报告、肺结宁、数智云胶片、眼底 AI、脑睿佳等收入。

2025 年是公司全面迈向数智化健康管理时代的破局之年。公司以“全面提效、跃级增长”为目标，坚持“多元增收、科学降本”，持续以学科建设和 AI 驱动为基座，打造医疗、营销、管理一体化的精益运营体系，致力于实现个性化可持续健康消费升级；持续以“差异化产品力与极致服务体验”发力专项体检与检后健康管理，构建“体检 3 小时，服务 365 天”健康管理新业态，巩固“专业检查-深度服务-科学定制-持续复购”正向循环，推动公司经营高质量发展。

报告期内，公司持续提升医质和服务质量，并积极推动提效降本以及创新创收工作。在“团个检双轮驱动”体系下，全面促进多元增收的模式创新，持续发力体检延伸服务；持续以 AI 技术深入挖掘各业务环节的潜力，打造多智能体协作平台，覆盖检前、检中、检后的智能化健康管理闭环系统和全链路质控体系，赋能核心业务场景与医疗质量提升；继续围绕重点学科深化产品布局，打造“专精特新”的差异化产品力，以“基础套餐+个性化专项检测+检后干预闭环+专项智能

体”为框架，构建模块化产品矩阵，推动产品逻辑从“筛”向“管”深刻转型；与此同时，公司持续深化医疗数据资产价值，积极发挥健康体检大数据价值，推动数字化与 AI 技术在健康管理领域的深度应用，持续以“技术+产品”驱动完善 AI 产品矩阵的同时，致力于构建国内领先的“AI+健康管理”标杆平台。

1.四大品牌，协同发展

公司是目前全国最大的健康体检连锁企业，旗下有“美年大健康”、“慈铭体检”、“慈铭奥亚”、“美兆健康”四大品牌，协同发展。在大众健康体检市场方面以“美年大健康”和“慈铭体检”两大品牌为市场核心覆盖，中高端团体健康体检、综合医疗服务市场及高端个人健康体检则分别通过“慈铭奥亚”、“美兆健康”提供高水准的优质服务。公司通过开展多层次、全方位、精准化、个性化的健康服务，使体检内涵不断提升，满足市场上不同层次、不同人群的个体化需求。



截至 2025 年 12 月 31 日，分院总数 561 家，其中控股分院 299 家，参股分院 262 家。2025 年度，公司共计接待 2,411 万人次，其中控股分院接待 1,532 万人次。2025 年公司体检客单价 647 元。

2.多元增收，团个检双轮驱动，发力体检延伸服务及检后解决方案

公司秉持“团检是基石，做大做强靠团个检双轮驱动”理念，以“本地团单、本地个检、全国团单、全国个检、深度筛查、科室共建等”为具体增收路径，持续强化立体化、数智化营销体系建设，持续优化客户结构，深挖客户价值，聚焦战略客户全生命周期赋能，建立团检个检双轮驱动的客户流量运营体系。

报告期内，公司团检管理中心聚焦“体系搭建、数字化落地、降本增效、客户价值深化”四大核心，深入贯彻 AI 数字化体系，持续深耕六大系统（银行、通讯、公安、能源、电力、教育），积极推动全国重点客户签单占比与到检份额，通过 AI 展业系统星羽展业智能提案系统实现中小客户提案个性化、系统化，为

业务规模筑牢根基。报告期内，客户结构持续升级，头部客户集中度与合作稳定性持续增强。团检管理中心聚焦核心能力构建与运营机制完善，落地多项关键举措：1) 全面落地数字化运营体系。搭建星辰 CRM、星图、星羽、美年有约等系统，实现团检业务从客户开发、订单管理到数据决策、客户服务的全链路数字化覆盖。其中，星羽展业智能提案系统已完成全国城市上线；美年有约平台入驻企业 5.73 万家，预约人次超 64 万。2) 推进履约与服务能力标准化升级。启动搭建全国大客户协同（AM）体系，并开展 22 个核心城市试点，覆盖 106 个地区；实现全国单预约排期系统自动全覆盖，重构客诉闭环机制，提升合规风控与运营效率；同时整合多方医疗资源，逐步完善绿通服务等检后健康管理布局。3) 推动大客服务体系成型。推动客户合作从“单一体检采购”向“企业健康管理体系”合作模式升级，持续构建以企业健康管理体系与 AI 主动健康中心为核心的组合产品解决方案，拓展私人银行高客权益、职场健康平台等多元服务场景；4) 持续完善运营机制与生态建设，落地高效协同机制，赋能升级招投标工作，夯实组织发展动能。

报告期内，公司 C 端增长中心聚焦“多元化、数智化、生态化”方向，持续推进全域营销数智化升级，在全国公域端，持续扩容流量矩阵，在与天猫、京东、美团等传统电商平台深化合作的基础上，深耕抖音、小红书、视频号等新兴平台，强化全域影响力与品牌力。同时，深化数字化营销应用，利用大数据分析挖掘潜在客户需求，实现个体化营销推送，优化用户触达与转化效率。在本地私域端，通过精细化运营，公司持续沉淀私域流量，构建 C 端大私域，进一步夯实 C 端流量运营与品牌力。依托全域营销的布局，通过感恩季、智检早筛季、双十一等重要营销节点，推出差异化体检产品和活动，不断强化 C 端客户的复购率与品牌口碑。在团转个方面，持续推进团检客户向个检及检后消费延伸的经营模式，通过团单服务承接、企微私域沉淀和精细化运营，逐步跑通“团单导流—一个检转化—检后服务—二曲经营”的闭环链路。依托差异化体检产品、专属优惠活动和检后健康管理服务，推动团单用户向个检产品、家属卡、检前检后加项及二曲产品持续转化，提升客户生命周期价值和 C 端持续健康消费。公司持续深化私域运营及复购转化体系，延伸私域平台生态。加速布局“检后健康管理一站式服务”，通过建立完善的客户健康档案，为客户提供个性化健康管理方案及全旅程客户服

务。

3.聚焦提效降本，AI 赋能精细化运营

报告期内，公司紧密围绕“科学提效降本”核心目标，全面推进 AI 技术与业务场景深度融合，构建覆盖客户全旅程的 AI 产品矩阵，系统赋能运营精益化与管理智能化。

在管理端，公司着力推动中后台集约化管理与协同提效。以 AI 赋能升级“客户运营全旅程平台”，优化分院波峰波谷产能管理与资源调度；通过钉钉专属版“AI 美年”平台促进跨条线协同，通过智能化手段打通内部管理与运营流程，进一步推动组织数字化转型，推动系统性降本与运营能效。

在营销端，AI 驱动的个性化体检套餐推荐方案已在美年臻选平台及微信小程序全面上线，智能加项服务已推广至全国近 300 个城市，开通分院数量超过 500 家；美年有约 AI 职场版从客户服务平台升级为企业 AI 健康管理平台；星羽展业智能提案系统建立智能化内容生成与推荐 AI 引擎，可基于客户行业、预算及健康数据，自动生成定制化体检方案、营销资料及数据报告，实现从商机洞察到方案制定的全流程数字化赋能，进一步提升团体客户营销精准度与响应效率。

在医质端，公司持续结合 AI 人工智能和大数据技术持续创新，强化质控管理，持续提升医生的诊断效率和准确性。截止 2025 年底，550 余家体检中心上线肺结节 AI 辅助诊断模块；60 余家体检中心开展超声 AI 质控的试点工作；健康小美“智能主检系统”已上线 297 家体检中心，累计审核并生成超千万份体检报告，大幅提升报告出具效率与均质化水平，为检后服务及时跟进提供可靠支持；重要异常 AI 自动上报系统已覆盖 90 余家体检中心，进一步提升重要异常检出的均质化水平及检出率；超声 AI 语音智能体已在 50 余家体检中心上线，有效缩短平均检查时间及报告撰写时间，将在 2026 年进行规模化推广。

在服务端，公司持续深化 C 端客户运营，持续优化客户体验，推动服务流程数字化、智能化升级，迭代“客户运营全旅程平台”，目前已在 115 个地区试运行，系统性整合检前、检中、检后环节，构建健全链条服务闭环，进行定制化服务推荐及持续健康跟踪管理。

4.产品力持续创新，打造差异化竞争优势

公司通过技术创新、产品升级和跨领域合作，持续打造“专精特新”产品力，

持续推动学科与科技驱动的产品解决方案，强化学科壁垒和差异化竞争优势。以“基础套餐+个性化专项检测+检后干预闭环+专项智能体”为框架，构建模块化产品矩阵，持续打造“筛查-诊断-干预-管理”完整学科闭环。一方面，持续更新迭代超声智能化、智能主检、脑科学、呼吸肺健康、消化道健康、乳腺宫颈筛查、血糖/肥胖/脂肪肝管理、抗衰检测/基因检测八大学科产品，打造专业认可和客户有感知的极致产品力。持续推广胶囊胃镜、基因检测等传统爆款单品，加速推进肺结节宁、脑睿佳、AI 智能血糖/肥胖/脂肪肝管理、中医智能体检、精准营养等重点项目，升级脑健康、心血管、肝健康、肺健康产品服务方案，提升产品服务竞争力。另一方面，夯实以学科创新产品为主的新业务增长点，发布国内首款基于常规体检数据的 AI 衰老评估产品“血液学时钟”，拓展布局长寿医学领域，打造公司未来新的业务增长点。报告期内，公司积极与保险公司合作，开发创新险种，联合保险公司推出“E6/E7 宫颈癌早筛专病险”、“异常指标复查”、“检后恶性肿瘤险”等创新险种，持续推动保险与体检的双向赋能。

5.坚持医疗与服务品质驱动，进一步优化客户体验

公司持续夯实医疗服务基础，完善医疗质量管理体系、强化学科建设与学术交流、推动医疗运营数智化转型，为公司整体战略目标的实现提供坚实的专业支撑，也为广大客户带来了更精准、更高效、更安全的服务体验。

报告期内，公司严格依据国家卫健委、国家健康体检与管理专业质量控制中心发布的各项管理要求，以及中华医学会健康管理学分会发布的相关专家共识，对公司核心医疗管理制度进行了全面评审与修订，确保分院医务人员的每一项操作、每一环节管理均有最新、最权威的规范指引，更建立了与权威指南同步的常态化动态更新机制，由集团医疗质量管理委员会组织定期评审，确保持续的先进性。

报告期内，公司进一步加强区域医疗中心建设，重点推动医疗信息化和医疗 AI 技术在分院的应用，通过智能辅助判读与风险预警，在提升分院影像、超声、主检等报告精准度的同时，大幅缩短医师阅片及报告生成时长，实现以标准化质控弥补基层经验差异、以自动化流程释放人力效能。基于高标准的质量要求和高效的数智化质量管理手段，报告期内公司的各项医疗质量管理指标全面提升。截止 2025 年底，公司旗下数十家分院获选省、市级临床检验结果互认机构，部分

分院获选省、市级超声结果互认机构与放射结果互认机构，区域检验中心参加国家与省级百余项室间质评满分通过。公司积极推动与学术机构、三甲医院的交流合作，各地分院与公立医院合作共建医联体/健联体超过 400 个。

在学科建设方面，公司以第四届集团医疗质量管理委员会为依托，持续深化重点学科发展，提升学术品牌影响力。报告期内，公司与国家呼吸医学中心、教育部视觉系统疾病医药基础研究创新中心、海军军医大学第一附属医院、上海同济大学附属同济医院、上海交通大学医学院附属仁济医院、华中科技大学同济医学院等顶级三甲医院和科研机构联合开展基于体检大数据的回溯性研究和前瞻性队列研究，为疾病的早期筛查、风险预测和预防治疗提供科学依据。公司积极推动与中华医学会健康管理学分会、中国健康管理学会等国家级学术组织的合作。报告期内，公司组织医学专家积极参与全国性学术会议，向行业展示公司在数智化质量管理体系建设、个体化健康管理等方面的学术成果。公司积极深化分院学术学科发展体系，鼓励医务人员将经验凝练为学术成果，各级医务人员在期刊、会议发表学术论文 74 篇；推动与当地学术组织合作交流，在中华医学会、中国医师学会、中国健康管理学会各级分会的学术任职超过 200 个，强化学术影响。

报告期内，公司紧扣“智行高效服务，精研品质运营”核心要求，通过标准化服务升级、数智化能力渗透与精益化运营协同推进，推动全国分院服务品质与运营效能持续提升，持续提升客户体验与 NPS 值，保持客户满意度高位稳健运行。公司客户服务运营工作持续聚焦分院效能提升，在确保医疗服务质量的前提下，依托扁鹊系统深化“精准预约”、“双端小程序预约”、“智慧导诊”、“智慧加项”、“智能主检”、“客户实时满意度评价”等数智化工具应用，实现流程优化、时效提升与服务迭代，持续提升分院运营效率与精细化管理水平，推动检前检中入口流量有效转化。以《服务运营方法论》为基础，制定 2025 年《服务精细化实施地图》，推动服务向规范化、闭环化、价值化全面升级，全国分院贯标执行落地，明确统一执行标准、清晰推进路径及核心管控要求。公司坚守匠心服务，严格落实“美五条”及核心服务管理要求，发布“2025 客户服务创新升级十大举措”；持续优化服务条线组织建设与教育培训体系，通过专项培训、跨区域交流及技能比武等多维赋能，持续打造具备医疗专业素养、运营提效能力与卓越服务意识的高素质人才队伍，为服务品质持续优化、公司可持续发展提供坚实人才保障。

6.深化医疗数据价值，构建“AI+健康管理”标杆平台

报告期内，公司践行“All in AI”战略，持续深化医疗数据资产价值，积极探索创新数据应用场景，发挥健康体检大数据作用，推动数字化与 AI 技术在健康管理领域的深度融合，聚焦核心学科建设，持续完善 AI 产品矩阵，致力于构建“AI+健康管理”行业标杆平台。

公司 AI 产品矩阵初具规模，肺结宁、脑睿佳等核心产品持续迭代，“中医智能体检项目”等重点 AI 专项服务加快推广应用。公司引入最新 GLP-1RA 药物包括司美格鲁肽、玛仕度肽等，在部分分院开展减重代谢门诊；持续推出 AI 智能血糖管理、AI 智能肝健康管理、减重等 AI 健康管理业务，已在超过 30 个地区正式落地，构建检后健康管理新引擎。

报告期内，公司发布国内首款基于常规体检数据的 AI 衰老评估产品“血液学时钟”，将科学抗衰从高端科研推向普惠大众健康管理，开拓万亿级长寿健康科技赛道。公司与阿里巴巴达摩院合作，基于达摩院的技术，开展多病筛查先进技术和相关产品的商业化落地探索，双方进一步基于“平扫 CT+AI”胰腺癌筛查技术，开发胰腺癌筛查的创新产品服务以及相关的健康管理应用等；公司继续积极探索创新数据资产的应用场景，积极推进数据资源入表工作，进一步强化公司在数据资源管理和应用能力。与此同时，公司充分发挥健康体检大数据价值，积极加强与知名高校、科研机构和顶级三甲医院的科研合作，持续构建数据驱动、协同创新的科研服务平台。

7.强化组织力与品牌公信力

报告期内，公司以“全面提效，跃级增长”为目标，聚焦数字化落地及 AI 赋能，坚守医疗本质，结合精细化运营，推动营销、医疗、管理的人力提效举措落地，达成人效增长、人力费率下降。营销端提高销售产能，结构性优化销售团队，落地销售管理层级精简，管控销售基本法；医疗端落地分院编制模型，优化波峰波谷产能管理，推动分院 AI 工具上线；管理端深化管理模型，推进中后台集约管理。公司持续迭代关键岗位人才结构与能力画像，为干部任用、汰换及梯队补位提供精准依据；赋能基层人才配置，持续培养和储备优秀青年人才，系统完善集团人才结构，夯实科学用人机制。公司三期中青班学员以中青年干部为核心，目前整体上岗率达 50%，为集团人才梯队提供新一批中青储备干部。中青班学员

覆盖全国多个省群，推动干部素养、业务能力、产品运营、医疗质量、客户体验、数字化能力等模块的系统提升，是集团管理梯队稳定的后备力量。

报告期内，公司持续围绕“从优秀到卓越”新三年跃级增长的战略目标，坚定贯彻“All in AI”战略，打造集团旗下四大子品牌传播矩阵，公司推出“美年头条播报”系列视频，由 AI 数字人“小美”担任主播，讲好“美年之变”和“美年之新”。报告期内，紧扣健康节日、传统节日、新品上市等节点，采用“科普内容+新闻报道+视频矩阵”的多元形式，对美年行业领先的产品高科技属性、医疗质量及科研实力进行立体化传播，强化美年“专业有深度”和“服务有温度”的品牌标签。持续打造完善的短视频矩阵，并特邀知名三甲医院主任级知名医学专家团队，倾力打造医学科普系列讲堂“美年大师课”和“美年专家说”，分享在呼吸健康、脑健康、肠胃健康、肝健康、女性健康、内分泌健康等领域的临床一线经验和疾病预防科普知识，打造权威科普 IP，提升公众的健康意识，将品牌营销从流量获取转向健康价值传递和社会责任并重。

公司于 2025 年 6 月在上海发布《美年健康 2024 年度健康体检大数据蓝皮书》，这是公司连续第三年发布千万级体检数据分析报告。蓝皮书纳入 2024 年度美年健康 1,990 万体检人群，覆盖全国除港澳台以外的 31 个省、自治区和直辖市，以劳动力人口为主要分析对象（25-59 岁劳动力人口占 81.3%），重点反映我国劳动力人口的健康状况，是迄今为止涵盖体检人群数量最多、地域覆盖最广的健康人群体检数据研究。



报告期内，公司牢记“企业公民”的社会责任，发挥自身在医疗健康领域的专业优势，不断扩大公益活动的辐射半径，携手中国初级卫生保健基金会开展“打

工妈妈健康关爱行动”；助力荆门肢残人轮椅马拉松赛，积极组织工作人员进场协助赛事开展，并为参赛肢残人提供免费公益体检服务；在全国多地开展重阳节敬老公益行动；开展“脑健康守护计划——老年人认知功能筛查”安徽省公益活动；举办“乡村教师健康关爱行动”公益体检活动；落地“为爱奔跑、传递温暖——健康公益跑”活动，用精湛的医术和暖心的服务，为大众健康撑起了一把“保护伞”。2025年6月，美年健康公益基金会第一届理事会第一次会议圆满召开，标志着基金会正式运营，未来基金会将聚焦弱势群体健康关爱、疾病早筛攻坚、健康科普宣教、健康生活方式倡导四大方向开展公益行动，推动全民健康意识提升。

二、报告期内董事会日常工作情况

（一）董事会和股东会召开情况

2025年度，公司共召开11次董事会会议，其中9次为临时会议；召开3次股东会，其中2次为临时会议。各项会议的召集、召开、表决程序，均符合法律法规及《公司章程》的规定，会议决议合法有效。公司董事会严格遵守有关法律法规及《公司章程》的规定，在股东会授权范围内，认真、及时执行股东会各项决议，为公司经营活动有序开展提供了坚实保障。2025年度相关重大事项概况如下：

1. 发行股份购买资产相关事项

公司于2025年4月14日召开第九届董事会独立董事专门会议第三次会议、第九届董事会第七次（临时）会议，审议通过《关于<美年大健康产业控股股份有限公司发行股份购买资产暨关联交易预案>及其摘要的议案》等议案，同意公司通过发行股份的方式购买交易对方持有的衡阳美年健康体检中心有限公司等14家公司股权及郑州美健健康管理有限公司等5家公司控股子公司的少数股权。

公司于2025年7月11日召开第九届董事会独立董事专门会议第四次会议、第九届董事会第十次（临时）会议，并于2025年7月28日召开2025年第一次临时股东大会，审议通过《关于<美年大健康产业控股股份有限公司发行股份购买资产暨关联交易报告书（草案）>及其摘要的议案》《关于本次交易方案调整不构成重大调整的议案》等议案，同意公司将本次交易方案调整为通过发行股份的方式购买交易对方持有的衡阳美年健康体检中心有限公司等11家公司股权及郑

州美健健康管理有限公司等 5 家公司控股子公司的少数股权。

公司于 2025 年 9 月 19 日召开第九届董事会独立董事专门会议第五次会议、第九届董事会第十二次（临时）会议，审议通过《关于公司签署<美年大健康产业控股股份有限公司与研计（上海）企业管理有限公司之盈利预测补偿协议之补充协议>的议案》，同意公司与研计（上海）企业管理有限公司签署《盈利预测补偿协议之补充协议》，对协议变更及不可抗力等条款进行调整。

2.2023 年股票期权激励计划相关事项

公司于 2025 年 4 月 15 日召开第九届董事会第八次会议，审议通过《关于 2023 年股票期权激励计划首次授予的股票期权第一个行权期行权条件未成就及注销部分股票期权的议案》，公司 2023 年股票期权激励计划（以下简称“本激励计划”）首次授予股票期权的 19 名激励对象已离职，不再具备激励对象资格，以及公司本激励计划首次授予的股票期权第一个行权期行权条件未成就，根据《2023 年股票期权激励计划（草案修订稿）》相关规定，注销本激励计划股票期权合计 22,039,750 份。公司于 2025 年 4 月 29 日办理完成上述注销事宜。

（二）公司董事会各专门委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了相应的专门委员会议事规则。报告期内，公司董事会各专门委员会严格按照《公司章程》及各专门委员会议事规则开展工作，分工明确、权责清晰，在规定的职权范围内充分发挥专业优势，会前对相关事项积极研究讨论，为董事会决策提供专业、合理的意见，有效提升了董事会决策的科学性与前瞻性。报告期内，公司共召开董事会下属专门委员会会议 6 次，审议事项涵盖内部控制评价报告、股权激励计划、续聘会计师事务所等，切实为董事会科学高效决策提供有力支撑与专业保障。

（三）独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格遵照相关法律法规及《公司章程》规定，恪尽职守、勤勉尽责，积极出席董事会及股东会会议。会前主动获取决策所需资料，会上认真审议各项议案，积极参与讨论并提出专业合理建议。独立董事分别担任董事会各专门委员会主任委员或委员，充分发挥专业优势，对公司日常经营、关

联交易、重大事项等发表独立、客观、公正的意见，就相关重要事项召开独立董事专门会议。报告期内，公司共召开独立董事专门会议 4 次，审议公司发行股份购买资产暨关联交易、调整及调剂 2025 年度日常关联交易额度、预计 2026 年度日常关联交易、与关联方签署补充协议等事项，切实维护公司整体利益及中小股东合法权益，为董事会科学决策与公司稳健经营、良性发展提供了有力保障。

（四）信息披露及投资者关系管理工作情况

1.信息披露工作情况

报告期内，公司严格遵守相关法律法规及公司《信息披露事务管理制度》的要求，真实、准确、完整、及时、公平地履行信息披露义务，按时完成定期报告披露工作，并根据公司实际情况发布会议决议等临时公告，不断提升公司规范运作水平与透明度。报告期内，公司共披露公告及上网文件 237 份，确保投资者及时、全面地了解公司重大事项与经营信息，为投资者决策提供有效参考，切实保护投资者合法权益。

2.投资者关系管理情况

公司高度重视投资者关系管理，积极搭建公司与投资者之间公平、高效的沟通桥梁，切实维护投资者知情权、参与权及合法权益。公司秉持“请进来”与“走出去”相结合的沟通策略，通过投资者热线、互动易平台、策略会等多种渠道，保持交流渠道畅通，持续加强与投资者的联系与沟通，主动传递公司发展战略与经营情况，认真解答投资者疑问、回应投资者关切，同时积极听取投资者意见与建议，深化投资者对公司价值的认知，实现与投资者良性、高效的双向互动。

（五）有效加强内幕信息知情人管理情况

公司董事会严格按照相关法律法规及公司《内幕信息知情人登记管理制度》的要求，在定期报告、发行股份购买资产等重大事项披露前，对内幕信息知情人进行登记、整理并向监管机构报备，严控内幕信息传递范围，强化内幕信息保密管理，切实保障全体股东享有平等的知情权。报告期内，未发现内幕信息知情人违规利用内幕信息买卖公司股份的情形，未发生重大敏感信息提前泄露或被不当利用情形，也不存在因涉嫌内幕交易被监管部门行政处罚的情况。

（六）参加培训情况

公司董事持续加强学习上市公司规范运作及履职相关的最新法律法规、监管要求和各项规章制度，不断深化对相关规则的理解与把握，持续提升专业素养、规范意识与履职能力，牢固树立合规经营理念，严守合法合规运作底线，切实保障公司治理规范有效。

三、公司未来发展战略展望

2026年，是公司数智化健康管理跃升的关键之年，是“变革年、增长年、焕新年”，公司将持续以科技创新为核心引擎，坚定贯彻“All in AI”战略，强力推动企业端、个人端、院内端、院外端“四大核心转变”。以AI与大数据为双轮驱动健康管理效能持续增长，围绕“学科做强、产品做新、技术做尖、服务做精、生态做活”五大方向，全面推进加快迈向AI深度赋能的健康管理新时代，致力于实现从“预防医学龙头企业”到“AI驱动的平台型健康管理科技公司”跃迁。

公司将聚焦脑科学、AI影像诊断、智能主检、全旅程智能管家、健管智能体、AI+抗衰、居家健康等重点赛道的AI升级，通过“AI+学科”深度融合，构建“精准筛查-智能评估-个性干预-全周期管理”服务闭环；围绕“以团单为根基、产品为武器、服务为前提、复购为能力”的增长底层逻辑，持续深耕B端企业大客户市场，激活C端个人消费市场，构建“公域破圈+私域深耕”的全域增长飞轮，同时深度布局长寿医学、减重、口腔、中医、精准营养等重点赛道，加速培育第二曲线，探索健康管理延伸服务的新增长点，从“体检套餐”向“健康管理订阅”的跨越，推动公司经营实现高质量、可持续增长。

公司2026年经营计划

1.AI驱动多元增收，发力体检延伸服务与检后解决方案稳定增长

2026年，公司将聚焦“企业市场份额、个人健康消费（公域/私域）、第二曲线”三个方向推动多元增收，实现高质量增长。在企业市场份额方面，公司B端团检业务将以“AI驱动、规模增长、价值变现”为核心，推动团检业务从“数字化”向“智能化、资产化”升级，持续从“单一年度体检服务”向“企业综合健康服务保障”转变（特别是央企国企健康福利计划，结合AI主动健康中心，会员就医绿通，定制保险等，大力发展企业级AI应用服务）。公司团检管理中心将围绕六大系统客户，优化增长结构，强化优势行业渗透。持续推动“规模化增长、AI驱动数字

化升级、优化履约与运营体系”三大战略方向落地。第一，聚焦规模化增长，深化客户价值挖掘。深耕大客系统，推动存量头部客户的深度绑定与增值服务，打造样板项目并全国复制，推动公司系统大客业务实现结构优化与规模增长；中小客集约化运营，建立中小客户分层体系，实现标准化服务与效率提升；服务场景拓展，推动高质量职场项目、AI 主动健康中心规模化落地，探索穿戴设备数据融合应用，从“体检服务”向“全周期健康管理解决方案”延伸。第二，以 AI 驱动数字化升级，打造资产化工具生态。一方面，推动系统 AI 化迭代。例如 CRM 系统实现客户洞察、拜访、过单、总结四大场景 AI 赋能，通过智能推荐、预警、辅助提升决策精准度；美年有约平台上线 AI 报告解读、AI-MDT 个性化报告功能，打造企业健康运营大屏；另一方面，推动展业工具资产化，完成星羽系统功能优化与版本升级，实现 B 端客户自主生成套餐、下单、预约全流程，搭建收费模式；第三，持续优化履约与运营体系，夯实服务竞争力。全面运营全国大客户协同（AM）体系，固化“总部-区域”两级赋能机制，上线 SOA 协同模块，实现全国大客异地到检额增长率提升；升级智能履约平台，推动检后服务产品化，推动就医绿通产品上线 SOA 系统，建立统一医疗资源库，构建资源智能匹配与差异化竞争力。

在个人健康消费端，公司将持续从“传统单一套餐式产品结构”向“AI 驱动的个体化、定制化套餐以及学科驱动的单病种大单品（胶囊胃镜，脑健康，肺结宁，乳腺 AI 等）”转变。公司个检业务将持续聚焦用户价值深度运营，发力体检延伸服务及产品稳定运营，以精益运营驱动多元增收。公司 C 端增长中心将持续聚焦用户价值深度运营与体检生态链延伸产品运营。1）持续深耕“公域引流+私域沉淀”双轮驱动模式，深化与天猫、京东、美团等传统平台合作，同步发力抖音、小红书、视频号等新兴渠道，带动个检业务及流量增长；以“星海全旅程客户服务”为核心搭建私域运营体系，推进企微社群运营与精准营销，提升客户留存与复购转化。2）实施精细化用户增长，实现规模与质量并重，加大社群私域营销运营力度，以优质内容和全旅程服务吸引并沉淀精准用户，同时建立完善“团检转个检”的标准化引导与激励流程，提升跨业务线流量转化效率。

公司积极拓展业绩增长“第二曲线”，在稳定企业市场份额与发力个人健康消费的基础上，结合市场需求与客户反馈，进一步拓展生态链产品体系，发力体检

延伸服务与检后解决方案。公司将持续优化产品与销售渠道，满足客户多样化健康需求，推动从“体检服务”向“检后健康管理”价值跃迁。在院内端，拓展从流水线体检向智能化、无人化、精细化转变，从单一检查科室向“精准体检+轻治疗+综合医疗服务”转型；在院外端，拓展从单一报告解读向“AI 健管医生+专病解决方案”深度融合的长期健康服务与消费转型。致力于通过院内院外协同，实现 B 端、C 端及第二曲线的多元增收与高质量增长。

2.AI 赋效能跃升，持续深耕精细化运营

2026 年，公司将以 AI 赋能组织效能提升，推动 AI 从专家工具转变成为组织通用生产力。在业务端，推广 AI 销售助手、智能客服、自动化运营等工具，重构营销、服务、管理核心流程的人机协作模式，发力关键业务流程智能化再造与降本增效；在管理端，深化业财数据贯通与智能分析能力，提升经营决策的实时性与精准度；在组织端，建立分层分类的 AI 能力培养体系，推动业务人员向“AI 先行者”转型，实现组织效能提升与智能化工作方式的渐进式升级。

公司将以 AI 数智健管师“健康小美”为核心载体，推动 AI 覆盖健康管理全流程，构建“检前-检中-检后”的智能化服务闭环。检前阶段，持续优化基于客户健康档案的智能服务匹配能力，强化基于多维度健康数据的精准风险评估与套餐定制能力；检中阶段，深化 AI 辅助诊断与质控管理，推动超声、影像、检验等关键环节智能化升级，持续提升医疗质量与运营效率；检后阶段，以“健康小美”为载体，探索延伸 AI 在慢病管理、专病干预、家庭健康管理等场景的深度应用，打造“检测-评估-干预-管理”全旅程主动健康服务体系，推动客户从单次体检转向长期健康管理，提升用户全生命周期价值。

3.产品力持续创新，打造差异化竞争优势

2026 年，公司以国内领先的 C 端流量入口平台与应用场景优势，持续深耕“AI+健康管理”，通过技术创新、产品升级和跨领域合作，持续打造“专精特新”产品力，持续推动学科与科技驱动的产品解决方案，强化学科壁垒和差异化竞争优势，加快超声智能化、智能主检、脑科学、呼吸肺健康、消化道健康、乳腺宫颈筛查、血糖/肥胖/脂肪肝管理、抗衰检测/基因检测等重点学科建设；持续推广传统爆款单品胶囊胃镜、基因产品继续倍增发力，加速推进肺癌甲基化、肝癌早筛 miRNA7、脑灵光、心肌损伤检测产品、心衰检测产品、自身免疫性疾病检测

产品、肺常安、肺结宁、AI 智能血糖管理等创新产品、中医智能体检等重点项目，推动 AI 衰老评估产品“血液学时钟”产品迭代升级并大范围落地应用，组建长寿医学中心，打造并落地从 AI 精准评估到个性化干预的一体化科学抗衰方案，全力推动长寿医学业务发展壮大。公司将构建面向职场人群的 AI 主动健康中心，以智能健康设备与 AI 健管智能体的深度协同，打造“检测-分析-干预”闭环，进行健康风险主动预警与个性化管理，推动职场健康管理向主动守护升级。

2026 年，公司将继续强化产品运营和模式创新，以重点学科建设为核心，以 AI 技术和大数据为支撑，以体检业务为基础流量入口，发力健康管理第二曲线新增长引擎，打造“智能个性化套餐”+“专检早筛盒子”+“专病管理服务包”的全生命周期创新产品链条，持续为客户提供优质的健康管理服务，持续推动 AI 体检延伸服务与检后解决方案持续增长。持续深化探索创新运营模式，打造线上线下一全链路运营体系，实现创新产品增量增收。同时打造以减重为核心的医疗门诊运营体系，确立医疗专项中心成熟运营模式，不断提升产品服务竞争力，以高品质医疗服务为消费医疗市场注入活力。

2026 年，公司将依托线下服务网络及医疗级健康数据，与蚂蚁健康的数字生态及“蚂蚁阿福”国民级 AI 健康入口深度融合，协同推动线上健康咨询、智能问诊与线下专业检测、精准干预，推进“专业数据—AI 能力—用户入口—线下服务”，持续推动健康管理从“单次检测”向“持续服务”升级，共同构建覆盖健康筛查、诊疗服务与长期健康管理的服务闭环。

4.坚持医疗与服务品质驱动，进一步优化客户体验

2026 年，公司将始终坚守“质量就是尊严”的质量文化，不断精益求精夯实内功，以“医质管理数智化、重点学科中心化、多元增长规范化”为目标，以 AI 技术应用、互联网医院和强执行组织建设为支撑，重点开展以下工作：在“医质管理数智化”方面，公司将持续探索数据驱动。1) 医质巡检线上化转型；2) 重点专科 AI 质控全覆盖。加大超声 AI 全量质控、影像 AI 全量质控、智能主检系统辅助审核系统等智能工具应用；3) 搭建检验全流程 BI 智能分析平台，实时监控核心指标；4) 医疗主数据规范化迭代，为全域质控分析奠定标准基础。

在“重点学科中心化”方面，将进一步推动区域医疗中心和研究型体检中心建设，通过集约化运营与科研赋能，重构医技资源配置模式。1) 将重点布局各类

区域中心建设。整合标本物流与检测能力，实现检验项目标准化与成本优化；区域主检中心依托智能主检系统的全面应用，推动省级主检中心的全覆盖；在重点城市完成区域影像阅片中心试点建设，同步建立集团层面的疑难影像会诊通道。

2) 打造研究型体检中心，将重点发展研究型体检中心，与三甲医院及高校持续开展科研合作，探索基于体检队列的慢性病风险预测模型、早筛标志物挖掘及健康干预实效评价；3) 搭建脱敏数据平台，致力于将千万级体检指标转化为科研资产，产出行业级循证成果。

公司客户服务工作将坚决贯彻集团“AI 升级、变革增长”战略部署，推进：1) 标准化与智能化双轨并进，夯实服务基础、提升运营效率。制定发布《美年健康服务品质标准 300 分》，从基础服务、卓越服务、运营效能维度量化 17 个服务触点落地效果，配套线上智能抽查与线下实地巡检双轨治理机制，建立闭环管理体系，确保标准有效落地，进一步提升客户感知；建设智能客服平台，整合统一服务入口，集成智能应答、派单、质检功能模块，在高频场景应用 AI 技术替代人工重复工作，实现机器提效与人力释放。2) 深化情感化服务升级，提升客户体验与品牌温度。组织开展全员共情能力与医学服务话术专项培训，提升服务人员专业素养与情感沟通能力；制定客户情绪问题标准化响应流程及情绪价值识别体系，规范服务响应标准；建立客户心声反馈闭环机制，把体验类的软性数据转化为优化服务质量的实际依据。3) 深度挖掘客群潜力与产品创新，推动价值化增长突破。基于客户画像与需求标签开展数智化精准服务，实现专属服务与产品的个性化匹配推荐，推动服务模式从单次体检升级为全周期健康管理。

5.深化数据资产价值，构建“AI 驱动健康管理平台”

2026 年，公司以“AI 升级、变革增长”为主线，以构建“AI 驱动健康管理平台”为核心目标，着力构建统一的技术与数据底座，全面释放数据资产价值，深化 AI 在健康管理全流程的渗透应用，推动从“体检交付型机构”向智能化、平台化企业升级，强化生态合作支撑 B 端与 C 端业务协同发展，实现组织效能与业务模式的双重跃升，为公司打造差异化的数字竞争壁垒与长期增长引擎。构建开放协同的数字化生态体系，支撑 B 端企业健管与 C 端个人消费业务的协同发展。面向 B 端业务，深化与保险、医药、互联网医疗等行业的数据合作与模型共建，探索“数据+算法”联合创新模式，为企业客户提供定制化的健康管理解决方案与

风险管控服务，拓展团检业务的价值链延伸；面向 C 端业务，加强与互联网平台、智能硬件厂商及医疗机构的生态合作，推动“健康小美”与外部健康数据、医疗服务资源的互联互通，构建线上线下融合的家庭健康管理场景，通过生态合作拓宽数据应用场景与商业变现路径，形成平台化的健康服务网络效应。公司持续完善“技术-数据-生态”核心能力体系，构建支撑健康管理业务的最小可用 AI 能力体系与统一技术底座，具体体现为：1) 建立集团级 AI 战略架构与治理体系，统筹推进 AI 能力的标准化建设与合规应用，确保技术发展与企业经营风险可控；2) 持续优化医疗数据的价值应用场景，在严格遵循数据安全与隐私保护要求的前提下，稳步拓展数据要素的合规流通与价值转化空间；3) 逐步完善 AI 技术支撑体系，提升业务响应的灵活性与智能化水平，为前台业务提供敏捷、可复用的智能化能力支撑。此外，通过研究型体检中心的建设，为慢性病防控、疾病早筛、创新药械验证等领域的科研突破提供坚实支撑，打造产学研用深度融合的健康管理科研创新生态。

6.持续强化组织力与品牌公信力

2026 年，公司深耕精益运营及 AI 应用增效，推动转型：1) 结合数字化赋能提效与多元营收资源优化，推动销售人效提升；2) 促进分院向动态、数字化产能匹配转型；3) 向集团化能力中心转型；4) 提振门店盈利，从单店视角向全城效能最优转型。同时，公司以干部梯队建设强化组织力，建立人才梯队动态评估与调整机制，为集团 AI 升级与变革增长锻造一支懂业务、善数智化的复合型管理梯队。

2026 年是美年健康“数智化健康管理”的跃升之年，基于这一战略定位，品牌营销将紧扣“AI+医疗”与“用户全生命周期数智化健康管理”两大核心，围绕产品、服务、品牌势能三个维度加强品牌的正面传播和客户口碑传播，多角度讲好美年故事。公司将不断探索品牌营销新方式，构建“公域破圈+私域深耕”的全域增长飞轮，致力于实现从预防医学龙头企业到“AI 驱动的平台型健康管理科技公司”的品牌心智占位。

美年大健康产业控股股份有限公司

董 事 会

2026年4月24日